

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan pustaka merupakan pedoman penulisan dalam penelitian yang dimuat dalam bentuk uraian yang sistematis dan berisikan tentang teori-teori yang berkaitan dengan topik/masalah yang terkait dengan penelitian yang dilakukan. Pada bagian ini memuat berbagai teori-teori yang berkaitan dengan Strategi Pengembangan Sarana dan Prasarana Pariwisata di Kawasan Objek Wisata Danau Poso.

A. Otonomi Daerah

Otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban untuk mengurus rumah tangganya sendiri yang diberikan kepada suatu daerah otonom. Daerah otonom sendiri adalah daerah yang dianggap mampu mengurus rumah tangganya dengan menggali potensi-potensi yang ada untuk memajukan daerahnya. Pelaksanaan otonomi tentunya memiliki batasan-batasan tertentu yang sesuai dengan Undang-Undang yang berlaku. Didukung oleh pendapat Widjaja (2002: 76), otonomi daerah adalah kewenangan daerah otonom untuk mengatur dan mengurus kepentingan masyarakat setempat menurut prakarsa sendiri berdasarkan aspirasi masyarakat, sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Pengertian mengenai otonomi daerah sendiri dituangkan pada Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintah Daerah, bahwa otonomi daerah adalah hak, wewenang dan kewajiban daerah otonom untuk mengatur dan mengurus sendiri urusan

pemerintahan dan kepentingan masyarakat setempat dalam sistem Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Pelaksanaan otonomi daerah yang dilakukan oleh pemerintah daerah adalah peralihan dari sistem dekonsentrasi ke sistem desentralisasi. Tujuan pelaksanaan otonomi adalah agar pelayanan yang diberikan oleh pemerintah baik pusat maupun daerah kepada masyarakat lebih efektif dan efisien. Widjaja (2002: 76) mengatakan bahwa tujuan yang ingin dicapai dalam penyerahan urusan tersebut antara lain menumbuhkembangkan daerah dalam berbagai bidang, meningkatkan pelayanan kepada masyarakat, menumbuhkan kemandirian daerah dan meningkatkan daya saing daerah dalam proses pertumbuhan.

B. Pemerintah Daerah

1. Pengertian Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah adalah unsur pelaksana pemerintahan di daerah, atau sederhananya orang-orang yang memiliki kekuasaan tinggi pada suatu daerah untuk memimpin serta mengurus dan mengatur daerahnya agar lebih maju. Undang-Undang No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah mengatakan bahwa pemerintah daerah adalah kepala daerah sebagai unsur penyelenggara Pemerintahan Daerah yang memimpin pelaksana urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah otonom. Pemerintah Daerah sendiri terdiri dari Gubernur, Bupati atau Walikota dan perangkat daerah sebagai unsur penyelenggara pemerintahan daerah.

Urusan pemerintahan tertera pada UU No. 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 9. Urusan pemerintahan dibagi menjadi urusan

absolut yang menjadi kewenangan Pemerintah Pusat sepenuhnya, urusan konkuren yang dibagi antara Pemerintah Pusat, Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/kota untuk melaksanakan otonomi daerah, selain itu terdapat urusan pemerintahan umum yang menjadi kewenangan presiden sebagai kepala pemerintahan. Seperti yang dipaparkan diatas maka pemerintah daerah mengurus urusan konkuren, urusan pemerintahan konkuren sendiri dibagi menjadi urusan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar, urusan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar dan urusan pilihan. Berikut perbedaan ketiganya menurut UU No.23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah Pasal 12:

- a. Urusan pemerintahan wajib yang berkaitan dengan pelayanan dasar, terdiri dari:
 - 1) pendidikan
 - 2) kesehatan
 - 3) pekerjaan umum dan penataan ruang
 - 4) perumahan rakyat dan kawasan permukiman
 - 5) ketentraman, ketertiban umum dan perlindungan masyarakat
 - 6) sosial
- b. Urusan pemerintahan wajib yang tidak berkaitan dengan pelayanan dasar, terdiri dari:
 - 1) tenaga kerja
 - 2) pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak
 - 3) pangan
 - 4) pertanahan
 - 5) lingkungan hidup
 - 6) administrasi kependudukan dan pencatatan sipil
 - 7) pemberdayaan masyarakat dan desa
 - 8) pengendalian penduduk dan keluarga berencana
 - 9) perhubungan
 - 10) komunikasi dan informatika
 - 11) koperasi, usaha kecil dan menengah
 - 12) penanaman modal
 - 13) kepemudaan dan olahraga
 - 14) statistik
 - 15) persandian
 - 16) kebudayaan
 - 17) perpustakaan
 - 18) kearsipan

c. Urusan pemerintahan pilihan, terdiri dari:

- 1) kelautan dan perikanan
- 2) pariwisata
- 3) pertanian
- 4) kehutanan
- 5) energi dan sumber daya mineral
- 6) perdagangan
- 7) perindustrian
- 8) transmigrasi

Terlihat pada urusan pemerintahan pilihan diatas, terpadat urusan pemerintahan mengenai pariwisata. Landasan hukum mengenai bidang pariwisata yaitu Undang- Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan. Undang-Undang tersebut mengatakan bahwa kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggungjawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam masyarakat, kelestarian dan mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional. Selain itu pembangunan kepariwisataan juga diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan berusaha dan memperoleh manfaat serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan global. Oleh karena itu pemerintah daerah mengatur dan mengelola urusan kepariwisataan terutama pada daerahnya masing-masing sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

2. Peran Pemerintah Daerah

Pemerintah daerah sebagai kekuasaan tertinggi pada suatu daerah wajib mengembangkan daerahnya. Salah satunya yaitu pariwisata pada setiap daerah. Undang-undang Kepariwisataan, khususnya pasal 23 mengatakan bahwa pemerintah daerah berkewajiban untuk:

- a. menyediakan informasi kepariwisataan, perlindungan hukum, serta keamanan dan keselamatan pada wisatawan.
- b. menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata yang meliputi terbukanya kesempatan yang sama dalam berusaha, memfasilitasi dan memberikan kepastian hukum.
- c. memelihara, mengembangkan dan melestarikan aset nasional yang menjadi daya tarik wisata dan aset potensial yang belum tergali.
- d. mengawasi dan mengendalikan kegiatan kepariwisataan dalam rangka mencegah dan menanggulangi berbagai dampak negatif bagi masyarakat luas.

Selain kewajiban diatas pemerintah daerah baik Pemerintah Daerah Provinsi dan Pemerintah Daerah Kabupaten/Kota memiliki kewenangan yang tertera pada Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata Pasal 28,29 dan 30, yaitu untuk menyusun dan menetapkan rencana induk pembangunan kepariwisataan, menetapkan destinasi dan daya tarik wisata, memfasilitasi dan melakukan promosi destinasi pariwisata dan produk pariwisata yang berada di wilayahnya, mengalokasikan anggaran kepariwisataan dan memelihara dan lain-lain. Terdapat pembagian urusan pemerintahan khususnya bidang pariwisata yang tertera pada Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah (halaman 108), yang dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.1

Pembagian Urusan Pemerintahan Bidang Pariwisata

No	Sub Urusan	Pemerintah Pusat	Daerah Provinsi	Daerah Kabupaten/Kota
1.	Destinasi Pariwisata	a. Penetapan daya tarik wisata, kawasan strategis dan destinasi pariwisata. b. Pengelolaan daya tarik wisata nasional. c. Pengelolaan kawasan strategi pariwisata nasional.	a. Pengelolaan daya tarik wisata provinsi. b. Pengelolaan kawasan strategis pariwisata provinsi. c. Pengelolaan destinasi pariwisata provinsi.	a. Pengelolaan daya tarik wisata Kab/Kota. b. Pengelolaan kawasan strategis pariwisata Kab/Kota. c. Pengelolaan destinasi pariwisata Kab/Kota.

No	Sub Urusan	Pemerintah Pusat	Daerah Provinsi	Daerah Kabupaten/Kota
		d. Pengelolaan destinasi pariwisata nasional. e. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas daerah provinsi.	d. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata lintas daerah Kab/Kota dalam 1 (satu) daerah provinsi.	d. Penetapan tanda daftar usaha pariwisata Kabupaten/Kota.
2.	Pemasaran Pariwisata	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata nasional.	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata provinsi.	Pemasaran pariwisata dalam dan luar negeri daya tarik, destinasi dan kawasan strategis pariwisata Kab/Kota.
3.	Pengembangan ekonomi kreatif melalui pemanfaatan dan perlindungan hak kekayaan intelektual.	Pengembangan ekonomi kreatif nasional yang ditetapkan dengan kriteria.	Penyediaan sarana dan prasarana kota kreatif.	Penyediaan prasarana (zona kreatif/ruang kreatif/kota kreatif) sebagai ruang berekspresi, berpromosi dan berinteraksi bagi insan kreatif di daerah Kab/Kota
4.	Pengembangan Sumber Daya Pariwisata dan Ekonomi Kreatif	Pengembangan penyelenggaraan dan peningkatan kapasitas Sumber Daya Manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat ahli.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat lanjutan.	Pelaksanaan peningkatan kapasitas sumber daya manusia pariwisata dan ekonomi kreatif tingkat dasar.

Sumber: Undang-Undang No 23 Tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah

C. Peran Masyarakat

Menurut Fadly (dalam Azwary 2013:387), peran adalah seperangkat tingkah laku yang diharapkan oleh orang lain terhadap seseorang sesuai kedudukannya dalam suatu sistem. Peran masyarakat sangatlah dibutuhkan dalam kegiatan pariwisata, dimana peran tersebut merupakan suatu bentuk perilaku yang diharapkan kepada seseorang/sekelompok orang.

Peran masyarakat dalam pariwisata merupakan keterlibatan masyarakat dalam proses kegiatan tertentu. Menurut Syahrani, Legono dan Nurrochmad (2014: 88), peran serta masyarakat berdasar pada pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat

yakni kemampuan masyarakat dimana ia berada dan apa yang telah dimiliki serta kebutuhan apa yang ingin dipenuhi. Tingkat keterlibatan/ peran serta masyarakat dapat diukur dengan skala, seperti yang dikemukakan oleh Chapin dan Goldhamer (Slamet, 1994: 82-89), dikutip oleh Sanyi (2014: 4), yaitu:

- a. Keanggotaan dalam organisasi
- b. Kehadiran dalam pertemuan
- c. Membayar iuran/sumbangan
- d. Keanggotaan dalam kepengurusan
- e. Kedudukan anggota dalam kepengurusan.

Peran masyarakat setempat sendiri menjadi sangat penting selain keterlibatan dalam kegiatan pengembangan, dimana masyarakat menerima atau tidaknya pariwisata yang dikembangkan oleh pemda setempat. Apabila masyarakat tidak setuju dengan pengembangan yang dilakukan, maka peran aktor lainnya dalam pengembangan pariwisata setempat akan terhambat/sulit.

D. Strategi

1. Pengertian Strategi

Strategi berkaitan dengan perencanaan, implementasi/pelaksanaan dan evaluasi sebuah aktivitas dalam kurun waktu tertentu. Didalam strategi terdapat koordinasi yang dilakukan oleh sekelompok orang yang memiliki tujuan yang sama, dan ingin mencapai tujuan tersebut dengan cara jitu demi mencapai tujuan dengan efisien dan efektif. Menurut Umar (2003:30), strategi berasal dari Bahasa Yunani Kuno yang berarti “seni perang”. Strategi merupakan alat yang digunakan untuk mencapai suatu sasaran atau tujuan tertentu dan tentunya memiliki gambaran mengenai cara-cara untuk mencapai suatu tujuan yang sudah ditentukan

sebelumnya. Menurut pendapat Hamel dan Prahalad (dalam Umar 2003:31) mendefinisikan strategi sebagai berikut:

“Strategi merupakan tindakan yang bersifat *ancremental* (senantiasa meningkat) dan terus menerus, serta dilakukan berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan oleh para pelanggan di masa depan. Dengan demikian, strategi hampir selalu dimulai dari apa yang dapat terjadi dan bukan dimulai dari apa yang terjadi.”

Berbeda dengan pendapat diatas, pendapat lainnya mengenai strategi dipaparkan oleh Siagian dalam bukunya *Manajemen Stratejik* (2012:17), mengemukakan bahwa:

“strategi adalah suatu rencana berskala besar yang berorientasi pada jangkauan masa depan yang jauh serta ditetapkan sedemikian rupa sehingga memungkinkan organisasi berinteraksi secara efektif dengan lingkungannya dalam kondisi persaingan yang kesemuanya diarahkan pada optimalisasi pencapaian tujuan dan berbagai sasaran organisasi yang bersangkutan.”

Setelah melihat beberapa pendapat para ahli diatas mengenai pengertian dari strategi, maka dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara atau alat yang digunakan oleh seseorang maupun sekelompok orang dalam mengentaskan masalah yang timbul dan mencapai suatu tujuan. Strategi yang direncanakan haruslah sesuai dengan kondisi dan tujuan yang ingin dicapai dalam jangka pendek dan jangka panjang agar lebih efektif dan efisien.

2. Jenis-jenis Strategi

Strategi tentunya memiliki jenis yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan masalah yang dihadapi oleh setiap orang/individu atau organisasi pun berbeda-beda. Oleh karena itu diperlukan strategi yang berbeda-beda untuk digunakan

dalam mengentaskan masalah dengan strategi yang sesuai dengan masalah yang ada. Nawawi (2003:176-177), menurut beliau jenis-jenis strategi yang digunakan oleh organisasi non-profit yaitu:

a. Strategi Agresif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan untuk mengatasi penghalang, rintangan atau ancaman yang ada demi mencapai keunggulan atau prestasi yang ditargetkan.

b. Strategi Konserpatif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan dengan sangat berhati-hati disesuaikan dengan kebiasaan yang ada.

c. Strategi Difensif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan untuk mempertahankan keunggulan dan potensi yang sudah dicapai sebelumnya.

d. Strategi Kompetitif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan untuk mencapai keunggulan yang lebih daripada organisasi non profit lainnya yang sama posisi dan jenjangnya sebagai aparatur pemerintah.

e. Strategi Inovatif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan agar organisasi non profit selalu tampil sebagai pelopor pembaharuan dalam bidang pemerintahan khususnya dibidang pokok masing-masing, sebagai keunggulan dan prestasi.

f. Strategi Diversifikasi

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan berbeda dengan strategi yang sudah dilakukan sebelumnya atau berbeda dengan strategi yang telah digunakan oleh organisasi non profit lainnya.

g. Strategi Preventif

Strategi ini dilakukan dengan membuat program-program dan mengatur langkah-langkah atau hal-hal yang akan dilakukan untuk memeriksa, mengevaluasi dan memperbaiki kesalahan, baik yang dilakukan oleh organisasi itu sendiri atau yang diperintahkan oleh atasan.

Strategi-strategi yang dipaparkan diatas menunjukkan bahwa strategi tersebut dibuat, diatur dan dilakukan demi mencapai keunggulan dan prestasi suatu organisasi. Pemilihan strategi menjadi penting dikarenakan setiap organisasi memiliki kondisi dan kebutuhan yang berbeda-beda. Maka dari itu tidak semua jenis strategi dapat digunakan oleh suatu organisasi, namun setiap organisasi pasti memiliki jenis strategi yang digunakan sebagai alat untuk mencapai tujuan dari organisasi tersebut.

E. Pariwisata

1. Pengertian Pariwisata

Secara umum pariwisata merupakan aktivitas/kegiatan seseorang yang melakukan perjalanan ke suatu tempat dan dalam kurun waktu tertentu yang telah direncanakan sebelumnya, biasanya pariwisata dilakukan untuk menghilangkan penat akan kehidupan sehari-sehari. Pariwisata sudah menjadi gaya hidup manusia pada saat ini, hal ini dikarenakan pariwisata bukanlah sekedar aktivitas wisata seperti jalan-jalan untuk menghilangkan stress atau melihat pemandangan indah suatu kawasan pariwisata. Namun pariwisata saat ini telah memiliki aktivitas antara lain ekonomi, seni budaya, kegiatan pendidikan, kegiatan agama, olahraga dan masih banyak lagi. Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Pariwisata (Pasal 1 Ayat 3), Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Berikut pengertian pariwisata menurut Dr. Salah Wahab (dalam Pendit 2006:32):

“Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata.”

2. Jenis-Jenis Pariwisata

Pariwisata digolongkan dalam beberapa jenis, berikut jenis-jenis pariwisata menurut Pendit (2006:38-42):

a. Wisata Budaya

Perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan, untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan dan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Jenis wisata budaya ini adalah jenis paling populer bagi Tanah Air kita.

b. Wisata Kesehatan

Perjalanan seorang wisatawan dengan tujuan untuk menukar keadaan dan lingkungan tempat sehari-hari dimana ia tinggal demi kepentingan beristirahat baginya dalam arti jasmani dan rohani, dengan mengunjungi tempat peristirahatan seperti mata air panas mengandung mineral yang dapat menyembuhkan, tempat yang mempunyai iklim udara yang menyehatkan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas-fasilitas kesehatan lainnya.

c. Wisata Olahraga

Perjalanan dengan tujuan berolahraga atau memang sengaja bermaksud mengambil bagian aktif dalam pesta olahraga di suatu tempat atau negara seperti *Asian games*, Olimpiade, *Thomas Cup*, *Uber Cup*, *Tour De France*, *F1 (formula one)* dan lain-lain.

d. Wisata Komersial

Perjalanan untuk pameran-pameran dan pekan raya yang bersifat komersial, seperti pameran industri, pameran dagang dan sebagainya.

e. Wisata Industri

Perjalanan yang dilakukan oleh rombongan pelajar atau mahasiswa atau orang-orang awam ke suatu kompleks atau daerah perindustrian dimana terdapat pabrik-pabrik atau bengkel-bengkel besar dengan maksud dan tujuan untuk mengadakan peninjauan atau penelitian termasuk dalam golongan wisata industri.

f. Wisata Politik

Perjalanan yang dilakukan untuk mengunjungi atau mengambil bagian secara aktif dalam peristiwa kegiatan politik seperti misalnya peringatan ulang tahun suatu negara, ulang tahun perayaan 17 Agustus di Jakarta, perayaan 10 Oktober di Moskow, penobatan Ratu Inggris di London dan sebagainya dimana fasilitas akomodasi, sarana angkutan dan atraksi aneka warna diadakan secara megah dan meriah bagi para pengunjung, baik dari dalam maupun luar negeri.

g. Wisata Konvensi

Yang dekat dengan wisata jenis politik adalah apa yang dinamakan dinamakan wisata konvensi. Berbagai negara dewasa ini membangun wisata konvensi dengan menyediakan fasilitas bangunan serta ruangan-ruangan tempat bersidang bagi para peserta suatu konferensi, musyawarah, konvensi atau pertemuan lainnya baik yang bersifat Nasional maupun Internasional.

h. Wisata Sosial

Pengorganisasian suatu perjalanan murah serta mudah untuk memberi kesempatan kepada golongan masyarakat ekonomi lemah (atau dengan kata

lain tidak mampu membayar segala sesuatu yang bersifat luks) untuk mengadakan perjalanan, seperti misalnya bagi kaum buruh, pemuda, pelajar/mahasiswa, petani dan sebagainya.

i. Wisata Pertanian

Pengorganisasian perjalanan yang dilakukan ke proyek-proyek pertanian, perkebunan, ladang pembibitan dan sebagainya dimana wisatawan rombongan dapat mengadakan kunjungan dan peninjauan untuk tujuan studi maupun melihat-lihat sekeliling sambil menikmati segarnya tanaman beraneka warna dan suburnya pembibitan berbagai jenis sayur mayur dan palawija di sekitar perkebunan yang dikunjungi.

j. Wisata Maritim (*marina*) atau bahari

Berkaitan dengan olahraga air, lebih-lebih di danau, mengawan, pantai, teluk atau laut lepas seperti memancing, berlayar, menyelam sambal melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, berkeliling melihat-lihat tanaman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan di daerah-daerah atau negara-negara maritim di lautan Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji, dan sebagainya.

k. Wisata Cagar Alam

Biasanya diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usahanya dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh Undang-Undang.

l. Wisata Buru

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakkan oleh berbagai agen oleh biro perjalanan.

m. Wisata Pilgrim

Jenis ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat, dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat.

n. Bulan Madu

Suatu penyelenggaraan perjalanan bagi pasangan-pasangan merpati, pengantin baru, yang sedang berbulan madu dengan fasilitas-fasilitas khusus dan tersendiri demi kenikmatan perjalanan dan kunjungan mereka, seperti misalnya kamar pengantin di hotel yang khusus disediakan dengan peralatan serba istimewa seperti tempat tidur yang istimewa, dekorasi dinding dengan selera tinggi, cermin besar di berbagai sudut termasuk langit-langit kamar, dan sebagainya yang menimbulkan kesan seakan-akan berada di sorga loka.

o. Wisata Petualangan

Dikenal sebagai *adventure tourism*, seperti masuk hutan belantara yang tadinya belum pernah dijelajahi (*off the beaten track*) penuh binatang buas, mendaki tebing teramat terjal, terjun kedalam sungai yang sangat curam, anak-anak muda remaja “mengemudi tang-tang raksasa” bekas Perang Dunia II ke pedalaman Rusia, *Bungee Jumping*, arum jeram (*Rafting*) di sungai-sungai yang arusnya liar, masuk goa yang penuh misteri, mencoba wisata kutub dan tinggal beberapa malam di kamar hotel yang dibangun

dengan membobok bukit salju di Kutub Utara, wisata ruang angkasa dengan fasilitas stasiun ruang angkasa (*International Space Station*) seperti yang dilakukan oleh Dennis Tito dari Amerika Serikat dan Mark Shuttleworth dari Afrika Selatan dan seterusnya.

3. Destinasi/Objek Wisata

Menurut Kusudianto (1996:14) destinasi pariwisata merupakan suatu kawasan spesifik yang dipilih oleh seorang pengunjung ia dapat tinggal selama waktu tertentu. Menurut ahli lainnya Pitana dan Diarta (2009:126), destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan (misalnya daerah transit). Disamping itu menurut Undang-Undang No 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata pada Bab 1 Pasal 1, destinasi pariwisata merupakan kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling melengkapi terwujudnya kepariwisataan. Maka dapat kita simpulkan bahwa destinasi wisata adalah suatu tempat/kawasan tujuan seseorang/sekelompok orang yang ingin melakukan aktivitas wisata, dimana tempat tujuan yang akan dikunjungi tersebut memiliki daya tarik tertentu.

Destinasi pariwisata tentunya memiliki ciri-ciri yang berbeda tergantung pada daya tarik yang dimiliki oleh destinasi pariwisata tersebut. Setiap destinasi tentunya memiliki atraksi wisata yang menjadi daya tarik destinasi tersebut. Adanya atraksi wisata menjadi penting demi memenuhi kebutuhan pariwisata dari

wisatawan/pengunjung, antara lain rekreasi, berbelanja, hiburan, mencuci mata dalam arti melihat pemandangan yang menyegarkan mata dan lain-lain.

Menurut Kusudianto (1996:18), yang diartikan atraksi wisata adalah atraksi yang diidentifikasi dalam suatu penelitian, dan telah dikembangkan menjadi atraksi wisata berkualitas dan memiliki asesibilitas yang baik. Suatu cara penggolongan atraksi dan ciri-ciri destinasi adalah:

- a. Sumber daya alam seperti iklim, pantai, hutan.
- b. Sumber daya budaya, seperti tempat bersejarah, museum, teater dan masyarakat lokal.
- c. Fasilitas rekreasi seperti taman hiburan.
- d. *Event* seperti Pesta Danau Toba, Pasar Malam.
- e. Aktivitas spesifik, seperti kasino di Genting Highland-Malaysia, Berbelanja di Hong Kong.
- f. Daya tarik psikologis seperti romantik, petualangan, keterpencilan.

Berdasarkan hasil studi dari beberapa pihak, terdapat urutan pentingnya sifat/ciri dari destinasi menurut wisatawan (Kusudianto, dalam Pitana 2009: 127), dapat dilihat pada tabel berikut:

Table 2.2

Urutan Pentingnya Sifat Destinasi Menurut Wisatawan

Urutan pentingnya sifat destinasi (dari terpenting ke kurang penting)	Hasil Studi menurut			
	PATA (1967)	American Express (1977)	PATA (1984) di Hongkong	Dirjen Pariwisata (1993)
1	Masyarakat yang ramah dan hangat.	Pemandangan alam yang indah.	Pemandangan alam yang indah.	Pemandangan alam yang indah.
2	Akomodasi nyaman.	Sikap ramah penduduk lokal.	Masyarakat yang ramah dan hormat.	Kehidupan alam yang indah.
3	Pemandangan indah.	Akomodasi layak.	Akomodasi baik dan modern	Kebudayaan masyarakat tradisional.
4	Harga-harga layak.	Istirahat dan santai.	Tidak mahal untuk dikunjungi.	Kerajinan dan kesenian.
5	Adat istiadat kehidupan masyarakat.	Tarif penerbangan.	Stabilitas politik negara yang dikunjungi.	Pantai.

Sumber : diadaptasi dari Kusudianto (dalam Pitana 2009: 127)

Kepuasan wisatawan adalah salah satu tujuan dari strategi yang dilakukan oleh pemerintah daerah khususnya dibidang pariwisata. Kepuasan wisatawan ditentukan oleh dua faktor yang saling berkaitan yaitu *tourism resources* dan *tourism services*. Menurut Prof. Marioti (dalam Yoeti 1996: 172-177) *tourism resources* dan *tourism services* adalah sebagai berikut:

- a. *Tourism Resources* atau yang dikenal dengan *tourism spontanee* yaitu segala sesuatu yang terdapat di daerah tujuan wisata yang merupakan daya tarik agar orang-orang mau datang berkunjung ke suatu tempat daerah tujuan wisata. Hal tersebut dibagi menjadi tiga bagian yang merupakan objek dan atraksi wisata, diantaranya ialah:

- 1) Benda-benda yang tersedia dan terdapat di alam semesta yang dikenal dalam istilah pariwisata yaitu *Natural Amenities*. Berikut beberapa benda yang termasuk dalam kelompok *Natural Amenities*:

- Iklim, misalnya cuaca cerah (*clean air*), banyak cahaya matahari (*sunny day*), sejuk (*mild*), kering (*dry*), panas (*hot*), hujan (*wet*) dan sebagainya.
- Bentuk tanah dan pemandangan (*land configuration and landscape*). Tanah yang datar (*plains*), lembah pegunungan (*scenic mountain*), danau (*lakes*), sungai (*river*), pantai (*beaches*), air terjun (*water-fall*), gunung berapi (*volcos*) dan pemandangan yang menarik (*panoramic views*).
- Hutan belukar (*the sylvan elements*), misalnya hutan yang luas (*large forest*), banyak berpohon-pohon (*trees*).

- Fauna dan Flora, seperti tanaman-tanaman yang aneh (*uncommon vegetation*), burung-burung (*birds*), ikan (*fish*), binatang buas (*wild life*), cagar alam (*national park*), daerah pemburuan (*hunting and photographic safari*) dan sebagainya.
- Pusat-pusat kesehatan (*health center*) dan yang termasuk kelompok ini, misalnya sumber air mineral (*natural spring of mineral water*), mandi lumpur (*mud baths*), sumber air panas (*hot spring*), dimana tempat-tempat tersebut diharapkan dapat menyebabkan macam-macam penyakit.

2) Hasil ciptaan manusia (*man-made supply*). Kelompok ini dibagi menjadi empat bagian yaitu:

- Benda-benda yang bersejarah, kebudayaan dan keagamaan (*historical, cultural dan religions*), misalnya:
 - Monumen bersejarah dan sisa peradaban masa lampau.
 - Museum, *art gallery*, perpustakaan, kesenian rakyat, *handcraft*.
 - Acara tradisional, pameran, festival, upacara naik haji, upacara perkawinan, khitanan dan lain-lain.
 - Rumah-rumah beribadah, seperti mesjid, gereja, kuil atau candi maupun pura.

3) Tata cara hidup masyarakat (*the way life*). Tata cara hidup tradisional dari suatu masyarakat merupakan salah satu sumber yang amat penting untuk ditawarkan kepada para wisatawan. Bagaimana kebiasaan

hidupnya, adat istiadatnya, semuanya merupakan daya tarik bagi wisatawan daerah itu.

- b. *Tourist Service* atau dikenal dengan *attraction device* yaitu semua fasilitas yang dapat digunakan dan aktivitas yang dapat dilakukan yang pengadaannya disediakan oleh perusahaan lain secara komersial. *Tourist service* bukanlah daya tarik dalam kepariwisataan pada suatu daerah, namun keberadaannya diperlukan untuk mengembangkan kepariwisataan pada suatu daerah.

Pengembangan suatu daerah untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, serta menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan potensial dalam macam-macam pasar harus memenuhi tiga syarat. Berikut syarat destinasi wisata yang menarik, antara lain:

- a. “*Something to see*”, artinya suatu daerah tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dari apa yang dimiliki oleh daerah lainnya. Dengan kata lain, daerah tersebut harus memiliki daya tarik khusus dan atraksi wisata yang dapat dijadikan “*entertainments*” atau hiburan untuk para pengunjung.
- b. “*Something to do*”, artinya suatu daerah tersebut ada yang dapat dilihat dan disaksikan, harus pula disediakan rekreasi atau *amusements* yang dapat membuat mereka betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. “*Something to buy*”, artinya harus tersedia fasilitas untuk berbelanja (*shopping*), terutama barang-barang *souvenir* dan kerajinan rakyat sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat awal masing-masing. Fasilitas

untuk berbelanja ini tidak hanya menyediakan barang-barang yang dapat dibeli, namun harus pula tersedia sarana-sarana pembantu lain untuk lebih memperlancar perjalanan wisata seperti *money changer*, bank, kantor pos, kantor telepon dan lain-lain.

4. Daya Tarik

Pembangunan dan pengembangan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah daerah dan masyarakat setempat tentu perlu memperhatikan hal-hal yang sekiranya menambahkan daya tarik pariwisata. Hal ini dianggap perlu agar pembangunan dan pengembangan yang dilakukan tidak sia-sia. Syarat minimal yang dibutuhkan oleh suatu atraksi atau objek wisata, yaitu mudah dicapai dengan kendaraan baik melalui darat, laut dan udara serta tersedianya tempat tinggal sementara bagi para wisatawan atau pengunjung yang data ke objek wisata tersebut. Terdapat persyaratan daya tarik pariwisata menurut penelitian para ahli, persyaratan tersebut dicantumkan pada tabel berikut ini:

Tabel 2.3

Persyaratan Penelitian Daya Tarik Pariwisata

No	Faktor	Kriteria	Pertimbangan
1	Alam	Keindahan	Topografi umum seperti flora dan fauna di sekitar danau, sungai, pantai, laut, pulau-pulau, mata air panas, sumber mineral, teluk gua, air terjun, cagar alam, hutan dan sebagainya.
		Iklim	Sinar matahari, suhu udara, cuaca, angin, hujan, panas, kelembaban dan sebagainya.
2	Sosial Budaya	Adat Istiadat	Pakaian, makanan dan tata cara hidup daerah, pesta rakyat, kerajinan tangan dan produk-produk lokal lainnya.

No	Faktor	Kriteria	Pertimbangan
		Seni Bangunan	Arsitektur setempat seperti Candi, Pura, Mesjid, Gereja, Monumen, bangunan adat dan sebagainya.
		Pentas dan Pagelaran, Festival	Gamelan, musik, seni tari, pekan olahraga, kompetisi, pertandingan dan sebagainya.
		Pameran dan Pekan Raya	Pekan raya-pekan raya bersifat industri komersial.
3	Sejarah	Peninggalan Purbakala	Bekas-bekas istana, tempat peribadatan, kota tua dan bangunan-bangunan purbakala peninggalan sejarah, dongen atau legenda.
4	Agama	Kegiatan Masyarakat	Kehidupan beragama tercermin dari kegiatan penduduk setempat sehari-harinya dalam soal beribadah, upacara, pesta dan sebagainya.
5	Fasilitas Rekreasi	Olahraga	Berburu, memancing, berenang, main ski, berlayar, golf, naik kuda, mendaki dan sebagainya.
		Edukasi	Museum arkeologi dan etnologi, kebun binatang, kebun raya, akuarium, planetarium, laboratorium dan sebagainya.
6	Fasilitas Kesehatan	Untuk Istirahat, berobat dan ketenangan	Spa yang mengandung mineral, spa air panas, sanatorium tempat mendaki, piknik, tempat semedi, istirahat dan sebagainya.
7	Fasilitas berbelanja	Beli ini-itu	Toko souvenir, toko-toko barang kesenian dan hadiah, toko-toko keperluan sehari-hari, klontong dan sebagainya.
8	Fasilitas Hiburan	Waktu malam	Kasino, <i>night club</i> , disko, bioskop, teater, sandiwara dan sebagainya.
9	Infrastruktur	Kualitas Wisata	Jalan-jalan raya, taman(<i>park</i>), listrk, air, pelayanan keamanan, pelayanan kesehatan, komunikasi kendaraan umum dan sebagainya.
10	Fasilitas Pangan dan Akomodasi	Makanan dan Penginapan	Hotel, motel, bungalow, <i>Inn</i> , <i>Cottage</i> , Restoran, <i>Coffee Shop</i> , rumah makan dan sebagainya.

Sumber: Pendit (2006: 71)

5. Wisatawan

Wisatawan pada umumnya adalah seorang/sekolompok orang yang melakukan kegiatan wisata di suatu objek wisata. Tujuan wisatawan pun berbeda-beda antara lain berlibur, untuk bisnis, untuk menjungi teman dan keluarga, untuk beribadah, untuk keperluan kesehatan, untuk menghadiri konvensi, untuk keperluan olahraga dan masih banyak lagi. Menurut *International Union of Official Travel Organizations* (IUOTO) (dalam Spillane 1987:24), mengkategorikan orang-orang atau pengunjung menjadi dua yaitu wisatawan dan pelancong, berikut penjelasannya:

a. Wisatawan

Pengunjung sementara yang tinggal dan sekurang-kurangnya 24 jam di negara yang dikunjungi dan tujuan perjalanannya dapat di golongan sebagai berikut:

- Pesiar yaitu untuk keperluan rekreasi, liburan, kesehatan, studi, keagamaan, olahraga.
- Hubungan dagang, sanak keluarga, handai taulan, konferensi-konferensi, misi.

b. Pelancong

Pengunjung sementara yang tinggal di negara yang dikunjungi kurang dari 24 jam (termasuk pelancong dalam perjalanan kapal pesiar).

Terdapat Konsep *Heuristic* tentang wisatawan, yaitu konsep yang dipergunakan dalam membantu proses belajar. Dalam konsep *heuristic* tentang wisatawan dalam konteks perilaku wisatawan, terdapat beberapa kriteria

seseorang dapat disebut sebagai wisatawan (Pitana, 2009:39), yaitu sebagai berikut:

- a. Melakukan perjalanan jauh dari tempat tinggal normalnya sehari-hari.
- b. Perjalanan tersebut dilakukan paling sedikit semalam tetapi tidak secara permanen.
- c. Dilakukan pada saat tidak bekerja atau mengerjakan tugas rutin lain tetapi dalam rangka mencari pengalaman mengesankan dari interaksinya dengan beberapa karakteristik tempat yang dipilih untuk dikunjungi.

F. Pengembangan Destinasi Pariwisata

Pengembangan adalah suatu usaha yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan suatu objek agar menjadi lebih baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengembangan berarti proses, cara, perbuatan mengembangkan. Contoh dari pengembangan sendiri adalah usaha yang dilakukan pemerintah dalam melakukan pengembangan suatu objek secara bertahap dan teratur untuk mencapai sasaran yang dituju. Pengembangan pariwisata adalah suatu usaha yang dilakukan dalam meningkatkan kemampuan suatu objek wisata/destinasi wisata yang ada dengan bertahap agar destinasi wisata yang ada menjadi lebih baik dan diminati oleh para pengunjung/wisatawan.

Pengembangan destinasi pariwisata tentunya memerlukan teknik perencanaan yang baik dan tepat. Teknik yang digunakan akan memutuskan sukses atau tidaknya pengembangan destinasi pariwisata yang dilakukan. Dalam pengembangan destinasi pariwisata terdapat beberapa aspek penunjang kesuksesan pariwisata yaitu aspek aksesibilitas (transportasi dan saluran

pemasaran), karakteristik infrastruktur pariwisata, tingkat interaksi sosial, keterkaitan/kompabilitas dengan sektor lain, daya tahan akan dampak pariwisata, tingkat resistensi komunitas lokal dan seterusnya (Pitana 2009: 134).

Terdapat beberapa teknik dalam melakukan pengembangan destinasi pariwisata, berikut penjelasan mengenai teknik-teknik tersebut menurut Pitana (1996: 134-149):

1. *carrying capacity*, merupakan teknik yang sering digunakan dalam pengembangan destinasi pariwisata. Di dalam teknik ini, terdapat batasan (*limit*), batas atas (*ceiling*) atau tingkatan/level (*threshold*) yang tidak boleh dilanggar saat melakukan pengembangan destinasi pariwisata. Menurut Liu (dalam Pitana 2009: 136) terdapat tiga tipe *carrying capacity*, antara lain:
 - a. *Physical carrying capacity*, merupakan kemampuan suatu destinasi pariwisata untuk menampung wisatawan, penduduk asli, aktivitas/kegiatan wisata dan fasilitas penunjang ekowisata. Konsep ini sangat penting mengingat Sumber Daya Alam (SDA) dan infrastruktur yang terbatas. Pemanfaatan kawasan yang melebihi kemampuan kawasan tersebut akan menyebabkan degradasi SDA, penurunan kualitas hidup komunitas di sekitarnya, mengakibatkan pengalaman buruk dan kesan buruk bagi wisatawan. Apabila hal tersebut tentunya pengembangan yang dilakukan akan tak terkendali.
 - b. *Biological carrying capacity*, konsep ini berkaitan dengan interaksi destinasi pariwisata dengan ekosistem flora dan fauna. Wisatawan terkadang melakukan kegiatan wisata untuk berinteraksi dengan

ekosistem tersebut. Oleh karena itu pemerintah perlu melindungi dan menjaga kawasan tersebut dengan membuat kawasan lindung dan konservasi serta melarang adanya perilaku destruktif seperti pemburuan, penebangan hutan, pengeboman ikan dan hal-hal yang merusak ekosistem lainnya.

c. *Social/cultural carrying capacity*, merupakan dampak pengunjung/wisatawan kepada kehidupan sehari-hari masyarakat sekitar. Pada umumnya wisatawan ingin mendapatkan pengalaman dalam berinteraksi dengan penduduk lokal dengan adat atau kebiasaan unik lainnya. Keberadaan wisatawan perlu dibatasi jumlahnya agar menghormati norma, nilai dan budaya asli penduduk lokal setempat.

2. *Recreational Carrying Capacity (RCC)*, diakui sebagai model utama untuk mengelola dampak dari pengembangan destinasi wisata yang dilakukan. Dampak dari pembangunan dan pengembangan destinasi baik dilihat dari tipe, lokasi dan kualitasnya pada lingkungan yang diteliti dan diidentifikasi tingkat kritisnya. Contohnya seperti tingkat kritis suatu destinasi yang mengacu pada jumlah kunjungan wisatawan per tahun atau per hari atau per sekali kunjungan. Pada umumnya nilai optimum berkisar pada 10 sampai 20 persen dibawah jumlah maksimum.

3. *Recreational Opportunity Spectrum (ROS)*, merupakan teknik identifikasi karakteristik suatu kawasan destinasi wisata dengan *setting* yang berbeda dan memadukannya dengan peluang rekreasi untuk keuntungan terbaik bagi pengguna kawasan/destinasi dan lingkungan. Terdapat enam faktor untuk

menentukan kondisi dan karakteristik suatu wilayah berdasarkan konsep ROS, yaitu akses, penggunaan di luar kepentingan pengembangan untuk kawasan rekreasi, manajemen dan prasarana yang telah ada, interaksi sosial, level penerimaan akan berdampak kunjungan dan level penerimaan akan manajemen kontrol. Tujuan dari ROS sendiri adalah membantu perencana (manajer) yang bertanggung jawab dalam perlindungan dan pelestarian alam dan lingkungan sambil memadukan penggunaan sebagian areanya untuk kepentingan rekreasi/wisata.

4. *Limits of Acceptable Change* (LAC), menolak anggapan bahwa semakin besar pemanfaatan suatu destinasi maka akan semakin besar dampak yang akan timbul, maksudnya adalah perubahan merupakan suatu keniscayaan sebagai konsekuensi pemakaian sumber daya dan oleh karenanya sebuah *framework* diperlukan untuk mengelola masalah yang terjadi berdasar seberapa jauh perubahan yang diterima. Standar adalah batas perubahan yang harus di formulasikan untuk tiap indikator di setiap destinasi wisata. Terdapat sembilan langkah LAC untuk menentukan batas perubahan yang dapat diterima pada suatu kawasan, yaitu:

- a. Identifikasi kualitas, keunggulan dan nilai kawasan wisata tersebut.
- b. Definisikan dan jelaskan peluang pengembangan masing-masing faktor pendukung kawasan wisata tersebut.
- c. Tentukan indikator untuk masing-masing sub-unit dalam kategori sumber daya dan kondisi sosial.

- d. Inventarisasi kondisi dan keberadaan sumber daya dan kondisi sosial saat ini.
 - e. Spesifikasi standar untuk sumber daya dan kondisi sosial masing-masing sub-unit sebagai kriteria penentuan keputusan.
 - f. Identifikasi dan buat alternatif tindakan untuk masing-masing sub-unit sumber daya dan kondisi sosial yang merefleksikan jangkauan isu dan kondisinya.
 - g. Identifikasi manajemen aksi untuk masing-masing alternatif yang dibuat sebelumnya.
 - h. Evaluasi dan pilih alternatif yang paling baik dan menguntungkan.
 - i. Lakukan aksi dan evaluasi dari umpan balik yang di dapat.
5. *Visitor Impact Managemen Model (VIMM)*, menyadari bahwa bukan hanya pengunjung/wisatawan yang menyebabkan dampak pada destinasi. Manajemen yang efektif harus berbuat lebih dibanding RCC dengan melibatkan pertimbangan ilmiah dalam pengambilan keputusan. VIMM mensyaratkan pernyataan eksplisit dari tujuan manajemen yang akan dicapai, penelitian dan pengawasan untuk menentukan kondisi sosial dan lingkungan, setelah itu membuat strategi untuk mengantisipasi dampak yang timbul.
6. *Visitor Experience and Resource Protection Model (VERP)*, dimulai dengan menentukan cakupan pengalaman wisatawan yang dapat ditawarkan dalam sebuah destinasi/kawasan dan menentukan tujuan yang ingin diwujudkan berkenaan dengan kondisi sumber daya destinasi. VERP menggunakan

zoning untuk menentukan penggunaan dan manajemen strategi yang tepat untuk areal berbeda dalam kawasan/destinasi.

7. *Visitor Activity Managemen Program* (VAMP), merupakan sistem manajemen yang berusaha mengubah orientasi dari produk (misalnya objek dan pengunjung/wisatawan) kepada orientasi pemasaran dengan penekanan pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen. Oleh karena itu disusun program pengembangan dan pemasaran untuk menghubungkan dengan apa yang diinginkan. Prosesnya termasuk mengatur destinasi wisata yang sesuai dengan aktivitas wisatawan, menganalisis karakteristik pengunjung dan mengembangkan beragam pilihan aktivitas dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pengunjung selaku konsumen.
8. *Tourism Opportunity Spectrum* (TOS), terdapat beberapa elemen dalam konsep ini, yaitu:
 - a. Aksesibilitas, berupa perencanaan perjalanan, penyediaan informasi mengenai rute dan destinasi, ketersediaan sarana transportasi, akomodasi ataupun kemudahan lain untuk mencapai destinasi yang menjadi penentu berhasilnya pengembangan destinasi.
 - b. Kompabilitas dengan kegiatan lain, keberhasilan pengembangan destinasi juga ditentukan oleh kompabilitasnya terhadap aktivitas lain di kawasan pengembangan. Perlu diperhatikan bagaimana sebuah pengembangan kawasan dapat memengaruhi kawasan lain dan kondisi yang baik untuk menunjang kawasan pengembangan.

- c. Karakteristik sarana pariwisata, penyediaan sarana pariwisata sangat menentukan peluang pengembangan destinasi wisata. Penataan sarana, termasuk didalamnya pengadaan fasilitas baru, akomodasi, tempat perbelanjaan dan sarana lainnya sangat perlu untuk dikembangkan pada destinasi wisata.
- d. Interaksi sosial, destinasi yang mengandalkan potensi sumber daya alam dan kedatangan wisatawan memiliki potensial merusak keseimbangan ekosistem. Untuk itu terdapat dua kondisi interaksi manusia yang perlu diperhatikan yaitu interaksi manusia dengan alam dan penduduk lokal.
- e. Tingkat akseptabilitas komunitas lokal terhadap keberadaan wisatawan, penduduk lokal yang didatangi oleh wisatawan akan menimbulkan reaksi tertentu. Oleh karena itu perlu adanya kontrol akan keduanya.
- f. Derajat manajemen kontrol, mencerminkan kelenturan pengelolaan destinasi wisata. Saat ini dibutuhkan pengelolaan destinasi wisata yang mampu memuaskan sifat pertualangan dari wisatawan.

G. Prasarana dan Sarana Pariwisata

1. Macam dan Jenis Sarana dan Prasarana Pariwisata

Sebelum berkunjung ke suatu tempat pariwisata, tentunya para wisatawan akan mencari tahu tentang apa saja yang ada pada objek wisata yang dituju. Pada saat melakukan kegiatan wisata, tentunya wisatawan memerlukan pelayanan yang akan memenuhi kebutuhan dan keinginannya. Kebutuhan dan keinginan dalam kegiatan wisata antara lain fasilitas transportasi, fasilitas akomodasi, fasilitas *Catering Service*, atraksi wisata, aktivitas rekreasi, fasilitas perbelanjaan dan lain-

lain. Hal tersebut berkaitan dengan sarana dan prasarana yang seharusnya terdapat pada suatu objek wisata.

Menurut Yoeti (1996:186) prasarana pariwisata (*tourism infrastructure*) adalah semua fasilitas yang dapat memungkinkan proses perekonomian berjalan dengan lancar sedemikian rupa, sehingga dapat memudahkan manusia untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Prasarana pariwisata sangat diperlukan agar sarana pariwisata dapat hidup dan berkembang serta dapat memberikan pelayanan pada wisatawan untuk memenuhi kebutuhan mereka yang beraneka ragam dalam melakukan kegiatan wisata. apabila prasarana dan sarana pariwisata tidak dipersiapkan dengan baik atau bahkan tidak tersedia maka para wisatawan akan ragu-ragu bahkan enggan untuk datang ke objek wisata yang dikunjungi. Keterkaitan antara prasarana dan sarana pariwisata dapat kita ibaratkan antara lain sarana pengangkutan dapat berfungsi apabila terdapat prasarana perhubungan, kereta api memerlukan rel serta stasiun kereta tempat kereta tersebut berhenti, pesawat udara memerlukan landasan udara agar dapat terbang atau mendarat, serta banyak contoh lainnya untuk mengibaratkan keterkaitan keduanya. Kelompok prasarana kepariwisataan menurut Yoeti (1996: 196), yaitu:

- a. Prasarana perhubungan, seperti jaringan jalan raya dan kereta api, pelabuhan udara (*airport*), pelabuhan laut (*sea port*), terminal dan stasiun.
- b. Instalasi pembangkit tenaga listrik dan instalasi penjernihan air.
- c. Instalasi penyulingan bahan bakar minyak dan lain-lain.
- d. Sistem pengairan atau irigasi untuk kepentingan pertanian, peternakan dan perkebunan.

- e. Sistem perbankan dan moneter
- f. Sistem telekomunikasi
- g. Pelayanan kesehatan, keamanan dan pendidikan.

Sarana pariwisata (*tourism superstructure*) menurut Yoeti (1996:197), adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung atau tidak langsung dan hidup serta kehidupannya banyak tergantung pada kedatangan wisatawan. Dalam rangka mengembangkan industri pariwisata yang modern maka sarana pariwisata sudah menjadi suatu keharusan, dikarenakan sarana yang ada akan berpengaruh pada ketertarikan para wisatawan terhadap objek wisata.

Sarana kepariwisataan dapat dibagi menjadi tiga bagian, yaitu sarana pokok kepariwisataan, sarana pelengkap kepariwisataan dan sarana penunjang kepariwisataan. Berikut penjelasan mengenai ketiga bagian sarana tersebut:

- a. Sarana pokok kepariwisataan

Sarana ini adalah perusahaan yang hidup dan kehidupannya sangat tergantung pada kedatangan orang yang melakukan perjalanan wisata. menurut Pendit (dalam Yoeti 1996:200), sarana pokok kepariwisataan disebut dengan “perusahaan utama yang langsung” dibagi menjadi objek sentra dan subjek sentra. perusahaan yang termasuk objek sentra yaitu:

- 1) Perusahaan akomodasi

Perusahaan ini meliputi hotel, penginapan, motel, pension, losmen, peristirahatan, tempat berlibur, asrama, pemondokkan, bungalow, kamar sewaan, perkemahan dan lain sebagainya.

- 2) Tempat peristirahatan khusus bagi pengunjung yang sakit beserta kliniknya antara lain, tempat pemandian khusus, spa, panti pijat dan lain sebagainya.
- 3) Perusahaan pengangkut pariwisata, pengangkutan udara, laut ataupun pengangkutan kereta api dan bus di darat. Akan tetapi pengangkutan yang dipergunakan khusus untuk pariwisata contohnya seperti berdamawisata, *cruise* dan pengangkutan yang dicarter untuk keperluan khusus pariwisata.
- 4) Perusahaan manufaktur, seperti perusahaan kerajinan tangan atau barang-barang kesenian.
- 5) Toko-toko yang menjual *souvenir* atau benda-benda lain khusus untuk wisatawan.
- 6) Badan-badan atau usaha-usaha khusus yang menyajikan hiburan-hiburan atau menyediakan jasa pemandu (*guides*), penerjemah dan lain sebagainya.
- 7) Lembaga dan Institute khusus untuk promosi pariwisata, *club* atau perkumpulan yang mengatur perbaikan dan kebersihan obyek-obyek yang dikunjungi wisatawan.

b. Sarana pelengkap kepariwisataan

Sarana ini adalah perusahaan-perusahaan atau tempat-tempat yang menyediakan fasilitas untuk rekreasi yang fungsinya tidak hanya melengkapi sarana pokok kepariwisataan, tetapi yang terpenting adalah untuk membuat para wisatawan dapat lebih lama tinggal pada suatu daerah

tujuan wisata. Sarana pelengkap kepariwisataan ini disebut sebagai “perusahaan pariwisata sekunder”, karena tidak seluruhnya tergantung kepada wisatawan, tetapi juga diperuntukkan bagi masyarakat setempat yang memerlukannya. Yang termasuk kelompok ini adalah:

1) Sarana olahraga, seperti:

- Lapangan tenis (*tennis court*)
- Lapangan golf (*golf course*)
- Kolam renang (*swimming pool*)
- Permainan bowling (*bowling alley*)
- Daerah pemburuan (*hunting area*)
- Berlayar (*sailing and boating*)
- Berselancar (*surfing*)

2) Sarana Ketangkasan, seperti:

- Permainan bola sodok (*bilyard*)
- *Jackpot*
- *Pachinco*
- dan *amusements* lainnya.

c. Sarana penunjang kepariwisataan

Sarana ini adalah sarana yang menunjang sarana pelengkap, sarana pokok dan berfungsi tidak hanya membuat wisatawan lebih lama tinggal pada suatu daerah wisata, tetapi fungsi yang lebih penting adalah agar wisatawan lebih banyak mengeluarkan atau membelanjakan uangnya ditempat yang dikunjungi. Yang termasuk kelompok ini adalah:

1) *Night Club.*

2) *Steambaths.*

3) *Casinos.*

Sarana pelengkap dan sarana penunjang kepariwisataan akan mendukung sarana-sarana pokok. Ketiga sarana kepariwisataan tersebut saling mengisi satu sama lain.

2. Transportasi

Pada era modern ini hampir tidak ada orang yang tidak menggunakan transportasi, begitupun para wisatawan yang membutuhkan transportasi untuk ke tempat tujuan wisata. Transportasi merupakan salah satu fasilitas yang sangat dibutuhkan wisatawan, khususnya bagi wisatawan yang jaraknya jauh dari tempat wisata yang dituju. Penggunaan hewan seperti onta dan gajah dalam pariwisata saat ini hanyalah sebagai atraksi saja, bukan untuk kendaraan perjalanan jauh. Transportasi dapat menggerakkan orang dari suatu tempat ke tempat lain, dari suatu daerah ke daerah lainnya. Transportasi menyebabkan pertumbuhan pariwisata semakin pesat. Majunya fasilitas transportasi menyebabkan segala sesuatunya yang jauh menjadi dekat, mempersingkat waktu dan meminimalisir biaya. Oleh karena itu fasilitas transportasi dibutuhkan untuk memudahkan orang untuk mengunjungi suatu daerah, contohnya yaitu tempat wisata. Terdapat tiga macam transportasi yang digunakan oleh wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata (Yoeti 1996: 206-207):

a. Transportasi Udara

1) *International Flight*

- *Scheduled airlines/Regular flight*
- *Non scheduled airline/charter flight*
- 2) *Domestic Flight*
 - *Commercial aviation*
 - *Scheduled Airlines*
 - *Air Taxi/Charter*
 - *General aviation*
- b. Transportasi Laut
 - 1) *Regular Lines*
 - *International*
 - *Ferry*
 - 2) *Charter Lines (Cruiser)*
- c. Transportasi Darat
 - 1) Sepeda
 - 2) Dokar atau delman
 - 3) Sepeda motor
 - 4) Mobil penumpang
 - Taksi
 - Bus dan mikrobus
 - *Motorcoach*
 - 5) Kereta api

3. Akomodasi

Akomodasi dengan pariwisata adalah dua hal yang sulit dipisahkan. Jika kita memandang pariwisata sebagai industri, ketika salah satunya tidak ada, maka baik pariwisata ataupun akomodasinya akan lumpuh. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, akomodasi adalah sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan, misalnya tempat menginap atau tempat tinggal sementara bagi orang yang bepergian: dia bertugas menyiapkan bagi para tamu yang datang dari luar daerah. Fasilitas akomodasi dalam kepariwisataan, contohnya adalah hotel, losmen, villa dan lainnya. Berbeda dengan wisatawan yang memiliki tempat tinggal yang dekat atau disekitar tempat wisata, wisatawan yang datang jauh dari tempat wisata dan melakukan kegiatan wisata lebih dari 24 jam mau tidak mau

akan membutuhkan tempat istirahat sementara untuk beristirahat, makan dan mandi. Seperti yang kita ketahui bahwa era sekarang ini pariwisata tidak hanya dilakukan untuk melakukan kegiatan wisata, namun terdapat jenis pariwisata memiliki tujuan lain, antara lain seminar, loka karya, simposium, perjalanan dinas yang dilakukan oleh dinas-dinas terkait dan hal semacamnya yang membutuhkan fasilitas serta sarana yang lengkap.

4. *Catering Industry*

Catering Industry adalah suatu industri yang bergerak dalam usaha pelayanan makanan dan minuman yang di peruntukkan baik untuk umum maupun bagi lembaga-lembaga yang memesannya secara khusus untuk keperluan yang bermacam-macam. Kegiatan yang dilakukan oleh industri ini adalah usaha yang menyediakan makanan dan minuman, yang termasuk kedalam kelompok *catering industry* (Yoeti, 1996: 263) antara lain bar, restoran, *coffee shop*, *cafeteria*, rumah makan, warung dan perusahaan sejenis lainnya. Usaha ini dikenal dengan “*foods away from home*”, hal ini dikarenakan makanan dan minuman yang disediakan untuk orang-orang yang jauh dari kediaman tempat tinggalnya seperti contoh para wisatawan yang sedang melakukan kegiatan wisata.